



TITLE:

企業の競争 (新年特別號)

AUTHOR(S):

小島, 昌太郎

CITATION:

小島, 昌太郎. 企業の競争 (新年特別號). 經濟論叢 1932, 34(1): 266-290

ISSUE DATE:

1932-01-01

URL:

<https://doi.org/10.14989/130122>

RIGHT:

會學濟經學大國帝都京

叢論濟經

號一第

卷四十三第

行發日一月一年七和昭

新年特別號

非募債主義の考察……………法學博士 神戸 正雄

精神科學の新分類論吟味……………文學博士 米田庄太郎

景氣に於ける勢力の作用……………文學博士 高田 保馬

穀物專賣論……………經濟學士 八木芳之助

會計學の本質と其の問題……………經濟學士 蜷川 虎三

長期景氣波動の研究……………經濟學士 柴田 敬

魚食論……………法學博士 財部 靜治

經營經濟學に於ける認識目的の規範者……………經濟學士 大塚 一朗

貨幣價值安定けるより見クレヂットに就いて……………經濟學士 松岡 孝兒

徳川時代諸藩の國產會所に就いて……………經濟學士 堀江 保藏

商人排除の傾向に就て……………經濟學士 谷口 吉彦

經濟學の認識主觀と實踐哲學者……………經濟學博士 石川 興二

土佐藩に於ける育子令に就て……………經濟學博士 本庄榮治郎

企業の競争……………經濟學博士 小島昌太郎

英米の所得稅……………經濟學博士 沙見 三郎

新着外國經濟雜誌主要論題

(禁 轉 載)

企業の競争

小島 昌太郎

目次	一 序言、	二 營業政策、	三 利益と損失、	四 資本の投下と回收、	五、競争の意義と
手段、	六 競争の場面、	七 競争の結果、	八 事業の經費、	九 事業中止點に於ける收	
入、	一〇 事業中止點の公式、	一一 利益の追及より損失の軽減へ、	一二 競争より獨占へ		

一 序 言

こゝに論ずる所の企業の競争とは、謂はゆる賣手の競争である。この意味に於て謂ふ所の競争とは、二つ若しくは二つ以上の營業政策が、相互に影響し掣肘する状態である。

競争に對應するものは獨占である。企業の獨占とは、一つの營業政策が支配的地位を占めて行はるゝ状態である。もとより、その營業政策は、一つの企業のそれに限る譯ではなく、多數の企業が協議して、若しくは合同して、一つの營業政策をとることゝなりたる場合に、それが支配的地位を占むることゝなるならば、そこに獨占が成立するのである。カルテルの獨占、トラストの獨占の如きは、即ちこれである。

私は、本論文に於ては、専ら競争を取扱ふことゝし、獨占は更に他の機會に於て論ずることゝ

する。但し、競争も獨占も、共に營業政策が如何に行はるゝかが、その本質をなすものであるから、先づ營業政策なるものゝ吟味より、この研究を進めることとする。

二 營業政策

營業政策とは、如何に事業を經營すべきかの政策である。これは、如何に資本を増殖すべきかの政策、即ち資本政策より生れ、それに隸屬して指導せらるゝものである。故にその關係に於て資本政策の一部分であることが出来る。併し、資本の増殖は、事業の經營ありて初めて可能なる所であるから、その關係に於ては、また、資本政策は營業政策の一部をなすものといふことが出来る。要するに、兩者は根本に於て一なるものである。

營業政策は、また、外部的には、販賣政策となつて現はれる。有形の商品を取扱はない事業にあつては、販賣政策といふ言葉は當らず、むしろ營業政策といふ言葉そのまゝの方が、これを表はすものとして適當であるけれども、而もその政策の中に、有形の商品を取扱ふ事業の場合には販賣政策といはるべきものが、實質的に存在することを認めざるを得ない。併し、いづれにするも、販賣政策は營業政策の一部分である。

即ち、資本政策、營業政策、販賣政策は、結局、一聯の關係にあるものであつて、その全體を一つの營利政策若しくは經營政策と名付けても差支はない。

三 利益と損失

企業は資本に關する損益歸屬の主體である。即ち營利を目的とする。營利とは利益を追及することである。利益とは、資本の増殖したる部分である。資本は、元來、その所有者が、その増殖を目的として保有する所の Exchangeability である。Exchangeability は日本語に言ひ表はすに適切なる言葉がなく、強いて言へば『交換能力』とも言ひ得ないでもないけれども適當ではない。その何ものたるかについては詳論を要する所であるから、他日に譲り、こゝには單に、『或ものが他のものと交換し得る力』といひ置くに止める。資本はこの Exchangeability であるけれども、單純なる Exchangeability は資本ではなく、更に増殖する目的を以て保有せられて居る Exchangeability が資本なのである。そして、資本を増殖せしむること、それが即ち營利である。

併し、資本はたゞそれを所有するだけで増殖するものではない。それを貨幣たる形態より他の形態に轉換し、更に、それを貨幣たる形態に復せしむるの運動經過をとらなければ、資本は決して増殖するものではない。即ち Money—Goods—Money たる形態をとることが必要である。この貨幣たる形態より、資本を他の形態に轉換せしむること即ち from Money to Goods が、資本の投下であり、これを再び貨幣の形態に復せしむること即ち from Goods to Money が、資本の回收である。資本は、この投下と回收との運動を経過して、初めて、その増殖を見るを得るのであ

る。そして單に一回の循環運動ではなく、繼續的な循環運動 $M_1 - G_1 - M_2 - G_2 - M_3 - G_3 - M_4 - G_4 \dots M_n$ に置かれて、この増殖が行はれるのである。

資本が、投下以前の第一の貨幣たる形態のときより、一旦、他の形態に轉換し、それが回収せられて、再び、第二の貨幣たる形態に復したるときに、第二の方が、第一よりも大なるときは、即ち $M_1 \wedge M_2$ なるときは、資本は増殖を遂げたるものであり、資本家は利益を得たこととなるのである。そして、第二の場合の貨幣額が第一の場合の貨幣額を超過する所の部分、即ちその差額 $(M_2 - M_1)$ が、利益である。營利とは、かゝる利益を追及することである。

尤も、資本は、繼續的に投下と回収との循環運動に置かるるものであり、而も同じ時に投下せらるゝ資本の中にも、流動的狀態に於て投下せられたものと、固定的狀態に投下せられたものとは、その回収に遲速があるから、果して、それが増殖したるや否やは、最終の回収を俟たなければ判明しないものである。即ち M_1 と M_2 との比較に於て初めて明かなる所である。即ち一つの企業は、果してそれが利益を擧げたるや否やは、その企業が最後の清算を経なければ判明するものではない。併し、それにては、利益を資本以外に抽出して、これを生活のために用ふることが出来ないから、人爲的に一定の期間を劃し、これを一營業年度として、その當初とその終末とに於ける資本を比較して G_1 よりも G_2 の方が大ならば、利益ありたるものとして、處置せらるゝのである。即ちこれは、暫定的利益である。

資本家は、増殖を計らんがために、資本を所有するのである。即ち、利益を擧ぐることが、資本を所有するの目的である。如何なる資本家といへども、資本を減少せしむるの目的を以てこれを所有するものは絶対に存在しない。増殖しない目的を以て所有するとすれば、それは已に資本ではない。資本は、擬人的に言へば、自己増殖を目的として存在するものである。併し、資本の増殖といふことは、資本家の主觀的期待であり、彼の目的である。果して、現實に、資本が増殖するか否かは、前述の投下と回収との運動を経過しなければ、もとより分り得ない所である。そして、嚴密に言へば、最終の回収に至らなければ決定的なることは分り得ないのであると共に、暫定的にも、一つの計算期、即ち一つの營業年度の終りに於ける計算を経なければ、果して利益ありたるや否やは分るものではない。資本の増殖といふことは、資本家たる立場に於ける主觀的期待たるに止まり、資本は客觀的に必ず常に増殖するものと思はゞ甚だしき誤解である。

若し、投下と回収との運動を経過したる上に於て、第二の貨幣たる資本の額が、第一の貨幣たる資本のそれよりも減少して $M_1 < M_2$ となつて居れば、その資本家は損をしたのであり、即ち、その差額 ($M_1 - M_2$) が損失である。かゝる損失が累積すれば、遂に、資本を消盡することとなる。即ち、資本は、それ自らの増殖を目的とするものであるけれども、この増殖のためには、投下と回収との運動を経過するを要し、而も、この運動の經過中に於て、資本は、増殖するか減少するか、そのいづれかに終るの外なきものである。資本は、所有者の主觀に於ては、増殖、即ち利益

を目的とするものであるけれども、事態推移の客觀的結果に於ては、増殖か、減少か、即ち利益か損失か、そのいづれかを賭する運命に置かれたものである。

四 資本の投下と回收

客觀的に言へば、資本は、利益を齎らすか損失を蒙るか、このいづれかの結果に終る運命の下に、投下と回收との運動の中に置かれたものである。損失を蒙ることを諾んぜざれば、資本を投下と回收との運動に置くことは出來ず、投下と回收との運動に置かなければ、資本の増殖、即ち利益も亦生ずるに由がない。利益を舉げんとするの行動は、そのまゝ、損失を賭するの行動に外ならぬ。

この、資本を、利益か損失かのいづれかに歸着せしむる所の、投下と回收との運動を、如何に行はしむべきかは、資本を所有するものにとつて、頗る重要な事柄であり、資本をして資本たらしむるか、資本たることを消滅せしむるかの運命を分つものである。資本政策、即ち營業政策は、資本の投下と回收との運動を如何に行はしむべきかを決するものであるから、資本について言へば、頗る重要なものである。實に營業政策の適否、巧拙が、資本の運命を決する所の鍵である。

資本の最初の投下を決定するものは、資本政策である。定期預金とすべきか、株式を買得すべ

きか、公債若しくは社債に應募すべきか、將た、自ら何等かの事業を營むためにこれを投下すべきかを、決するものは、資本家の意思であり、それが資本政策である。この範圍に於ては、資本を有するものは、いかなる人も、もたざるを得ざる意思であり、政策である。そして、自ら何等かの事業を營むために、資本を投下する場合を除いては、右の資本政策は、未だ營業政策たる意味をもたない。

營業政策は、資本家が自ら何等かの事業を營むがために、資本を投下する場合に初めて存在する。資本家がその資本を、他人の事業に投下するのではなくして、自ら何等かの事業を營むために投下することを決定するは、前述の如く、資本政策といふべきものである。併し、自ら何等かの事業を營むにしても、愈々資本を投下するに當つては、具體的に、その事業の種類、事業の場所、企業の形態を決定しなければならぬ。即ち、製鐵業か、硝子工業か、電車事業か、銀行業か、またそれを大阪に於てするか東京に於てするか、更に個人企業として營むか、株式會社として營むか、等々の問題を決定せねばならぬ。これらは、いづれも資本の投下に關する問題であるから、資本政策である。

營業政策は、資本家が右の諸問題を決定し、愈々顧客を對象とする活動を決定するときより初まる。そして顧客を對象とする範圍内に於ては、一切の政策は營業政策となる。故に、事業の種類、事業の場所、企業の形態等も、顧客を對象とし、それを考慮に入れて決定する限り、その資

本政策は、そのまゝまた營業政策である。而も、また、顧客を對象とする一切の營業政策は、利益の追及、即ち資本の増殖を根本の目標とするものであるから、資本政策である。この點に於て、資本政策と營業政策とは合致するのである。

かの販賣政策といはるゝものは、顧客を對象とする所の、最も直接なる政策であるから、言ふまでもなく、營業政策の一部であることは曩に述べたる所である。

營業政策は、如何に事業を經營すべきかの方針であり、それは資本の増殖を目的とし、顧客を對照として決定せらるゝものである。それは、經營のあらゆる方面に亙るものであるけれども、その最も主要なる點を舉ぐれば、(一)價格、(二)品質、(三)生産量若しくは供給量、(四)販賣若しくは供給の地域等である。無形のものゝ提供に於ては、品質は性質、態様、等の語を以て言ひ換へることが出来る。營業政策はこれらを如何に定むべきかにその重點がある。

五 競争の意義と手段

さて、競争とは、二つ若しくは二つ以上の營業政策が、相互に影響し掣肘する状態である。營業政策が、相互に影響し掣肘するの關係は、同種の商品を生産するか、販賣するか、若しくは同じ種類の無形のものを提供する所の企業相互の間に存する所である。即ち同業の間に存する所である。嚴密に言へば同種のものゝ認め得ざるものでも、互に代用關係にあるものは、それらの營

業政策が互に影響し掣肘するの關係が成り立ち得る。即ち、競争は同業者相互の間、若しくは、類似業者相互の間に存在するのである。

元來、競争の目的とする所は、他の同業者よりも、自分の方にヨリ多くの顧客を惹き付けんとするにある。そして、他の同業者よりも、自分の方がヨリ多くの販賣、供給若しくは提供をなさんとするにある。これがために、その手段とする所は、もとより多くの事柄に及ぶけれども、價格の引下げと品質の改善とが主要なる該心である。廣告、宣傳等は、競争手段としては、補助的な意味をもつに止まる。生産、供給若しくは提供の分量、及びその地域は、競争に於ては手段たるのではなく、寧ろその維持若しくは發展が、目標とせらるゝ所である。

同種の商品若しくは同種の無形のものゝ提供をなす企業の一つが、その價格——商品について言へば、その賣値——を引下ぐるか、若しくは、その品質の改善をなすときに、他の企業が元のまゝにて存するときは、後者に従前向ひたる顧客の多くは、前者に惹き付けられ、前者の販賣量、供給量若しくは提供量は増加し、それだけ、後者のそれは減少する。故に、後者が、その従前の販賣量、供給量若しくは提供量の減退を免れんとすれば、少くとも自己も同様に、その價格を引下げ、その品質を改善しなければならぬ。従つて、一つの企業が、その營業政策の主要點たる價格若しくは品質、或はその兩者に於て、顧客を惹き付ける所の變更を加ふるときは、それは、他の同業者の營業政策に同じ變更をなさしむる所の影響を及ぼすものである。

更に、一つの企業が、價格——賣値——の引下げ若しくは品質の改善を、或程度に留めんことを欲する場合に、他の同業者が、それ以上の引下げ若しくは改善をなすときは、前述したると同様の關係により、自己も亦、その營業政策に掣肘を受けて、豫定の程度以上の引下げ若しくは改善をなさざるを得ざることとなる。また若し、自己は、價格の据置き若しくは引上げをなさんと欲し、または、品質を元のまゝに維持せんことを欲する場合に、同業者が、價格の引下げをなすときは、その据置き若しくは引上げの方針を放棄して、自己も亦引下げをなすの外なきに至るべく、品質の改善にも努力せざるを得ざるに至ることとなる。かくの如くに、營業政策が他の營業政策によつて、影響せられ、制肘せらるゝ關係が相互に存することとなる場合に、その狀態を競争といふのである。

若し、一つの企業が、その價格若しくはその品質を改善して、販賣量、供給量または提供量の増加を計らんとせるに、他の同業者が、全く相關せざるの態度をとり、その價格、その品質に何等の變更を加へず、その他、販賣量、供給量、または提供量を増加せしめる所の、若しくはその減退を防ぐ所の手段を採らないときは、その間に何等の競争は存在しない。

六 競争の場面

競争の行はれ得る關係にある場面、即ちその場所若しくは地域を市場 (Market) といふ。市場

は、通常、需要と供給との適合する場所といはれて居る。これは、企業なるものに着目すれば、競争の行はれ得る關係にある場所に外ならない。もとより市場なるものには、現實に競争の行はれ居ることを必要としない。競争が排除せられ、獨占が成立して居つても、競争が排除せられて居るといふことがある限り、その場所若しくは地域は上述の意味に於ける市場である。如何なる獨占も潜在的競争に晒らされて居るのであるから、競争の可能を消滅したものではないからである。

競争の行はれ得るといふことは、多數の企業が、共通の顧客をもつといふことである。各顧客は、いづれもなるべく安く買はんことを欲するものであるけれども、而も、その目的とするものを獲得するがためには、自己のそれに対する購買力の許す限りは、多く支拂ふことを辭せざるものである。故に顧客の側に於ても競争がある。この競争關係にある所の各顧客の購買力の一纏りが、社會的な一團の需要である。企業の競争は、この一纏りの需要に對應して、その中から、他の同種事業の企業に向ふべきよりも、なるべく多くの購買力を自己に振向けしめんとするのである。

この、競争關係に於て相關聯する所の各顧客に對應して、企業の競争の行はる場所的範圍が、市場なるもの限界をなすのであつて、即ち、一つの市場といはるゝものである。

企業の競争、顧客の競争、換言すれば、供給者の競争、需要者の競争、それらはいづれも、客體とする所の商品、若しくは無形のものゝ性質若しくは種類の如何によつて、その行はるゝ範圍

を異にする。故に具體的に存在する市場は、一々の種類の商品、若しくは一々の種類の無形のものについて異らざるを得ない。また、需要も、生産者のそれと、商人のそれと、消費者のそれとによりて異なる。従つて、それに對應する所の供給も、一々にまた異なる。それがため、それら双方の適合する場所的範圍も自ら同じではない。故に例へば、陶器の市場と米の市場とは同一ではなく、卸賣市場と小賣市場とも亦同一ではない。

市場に於て、價格が成立する。一つの市場に於て、一つの時に成立する價格は、略ぼ或る一つの中心をもつ。その中心たる價格が市場價格といはれる。この市場價格なるもの、成立は競争の作用である。

企業と顧客、即ち供給者と需要者とは、それぞれ各自が競争關係に於て對應し、そこに市場を形成するのである。併し、供給者が一人にして需要者が多數なる場合、供給者が多數にして需要者が一人なる場合、若しくは双方が一人なる場合には、その一人なる限りに於て競争は現實には存在しない。併し、今日の經濟組織に於ては、その場合に於ても競争の可能は否定することが出来ない。故に、右の如き各場合にも、市場といふものゝ存在を認め得るのである。

競争の行はるゝ場所的範圍は市場の範圍を限劃する。そして、競争は市場に於て排除せらるゝことがあり、または現實には存在しないこともある。而も、現在の經濟組織の下に於ては、競争の可能なるものは、常に存在して消滅することはない。故に競争の行はるゝ可能ある關係の下に

立つ場所若しくは地域を市場といふのである。

七 競争の結果

競争には、一般的競争と特定の競争とがある。一般的競争とは、一般の同業者を以て相手方とする競争であり、特定の競争とは特定の同業者を以て相手方とする競争である。特定の競争は、景氣の上昇と下降とに關係なく行はるゝ所であるけれども、一般的競争は、景氣の上昇する場合よりもむしろ、景氣の下降する場合に行はるゝものである。

世間の購買力が漸減する場合に於ては、同一の價格及び同一の品質を維持すれば、販賣量、供給量または提供量は減退せざるを得ない。それが減退すれば、収入貨幣額はそれに應じて減退する。即ち、それだけ資本の回收が遅延する譯であり、回轉數を減する譯である。資本の回收の遅延といふことは、一定の時間を劃して考察すれば、資本増殖の減少である。即ち利益の減少である。

一般的購買力の減少は、かくの如く、事業利益の減少を來すものであるけれども、事業經費を同じ程度に減少せしむるものではない。故に、事業利益を同一に保ち、若しくは、減退せしめないことを欲するならば、一つ一つの價格を引下げて、販賣量、供給量若しくは提供量の増加を計るか、若しくは、品質の改善によりて、その増加を計るの外はない。これは、いづれの企業に於

いても同様である。故に、景氣下降の場合に於ては、各企業は、殆ど順次に、價格の引下げ若しくは品質改善の營業政策をとることとなり、それが相互に相影響して、益々價格の引下げとなる。たゞ品質の改善は、有形の商品にありては、技術の進歩の範圍内に止まるが故に、或程度以上には進むことが出来ないけれども、無形のものゝ提供、謂はゆるサービスの如きものは益々改善せらるることとなる。

世間の購買力が減退し、景氣が一般的に下降する場合に、價格が次第に低下し、また、無形のものゝ提供が懇切勤勉となるは、即ちこの競争の結果である。

併し乍ら、價格の引下げは、價格と原費との開きを少くするものであり、品質の改善は原費を高くして、これまた價格と原費との差を少くするものである。従つて、競争が益々甚だしきに至れば、價格は愈々引下げられ、或は原費が益々引上げられて、遂にはその差が全く無くなり、競争、愈々激烈を加ふるならば、遂には、原費以下の價格となる。かくては、その事業は、損失の下に營まることとなる。

元來、如何なる企業も利益を擧げんがために事業を營むものであり、如何なる競争も利益を擧ぐる目的を以て行ふ所である。然るに、今、企業が損失の下に事業を營み、競争が損失の下に行はるゝは、一見、頗る奇怪なる現象である。何故に、かゝる奇怪なる現象が存するか。それは、固定せられたる資本を護り、結局に於けるその回收を完うせんと欲するからである。このこと

を明かにするがためには、事業に於ける経費の性質を説明しなければならぬ。

八 事業の経費

凡そ、如何なる種類の事業であつても、その経費は、事業の基礎のために固定的に投下せられたる資本に關する経費と、事業活動のために要する経費とに分つことが出来る。

事業の基礎のために固定的に投下せられたる資本に關する経費を固定費といふ。即ち工場、店舗、事務所、倉庫、通路等の如き土地建物及び構作物、また機械の如き動産、特許權、『しにせ』の如き無形のもは、事業の基礎たる所のものであつて、これらのものゝ調達獲得のためには資本を固定しなければならぬ。然るにかゝるものは、そのものゝ存続年限内に、殊に經濟的に見たる存続年限内に、その資本を回収しなければならぬ。それ故に、一應必ずそれを回収する計算のもとに、毎營業年度にその額を計上することとなる。それが即ち原價償却費である。またこれらのものに投下したる資本が自己資本ではなくて借入資本なるときは、その利子も必ず支拂はねばならぬ。また原價償却が完成する以前に於て、不慮の事件に因り、前述のものが消滅破壊する場合には、未回収の資本が滅失することとなるから、それを填補するために保險を附する必要がある。従つて保險料の支拂も必要となる。凡そ、かくの如きものが固定費の主要なるものである。

この固定費は事業の基礎たる規模を變更しない限り、營業の繁閑に拘はらず、毎營業年度に於

て、大體、確定額を以て必要となる經費であつて、事業を廢止して、財産の處分をしない限りは、縦ひ一時事業を休止するも、何等の變更なく必要とする經費である。而もまた、事業の活動が盛となり、生産量若しくは取扱量が増加するも、それがため事業の基礎たる所の工場、店舗等を増設しない限りは、この種の經費は増加しないものである。併し、事業の活動が益々盛となり、従前の規模にてはそれに應じ切れずして、これを擴張する場合には、この種の經費は、そのときに於て躍進的增加をなすものである。

事業には、その基礎たるの經費を要すると共に、その活動のための經費を必要とする。この活動のための經費には二種あつて、一つを經營費といひ、他を特別費といふ。

經營費とは、事業の一般的經營のために要する費用であつて、従つて、生産手續上各生産物に共通であるか、若しくは事業を行ふために各取引に共通して必要とせらるゝ經費である。例へば、人件費、消耗品費、事務費、動力費、照明費等はこれに屬する。

この種の經費は、生産量の増加若しくは取引量の増加に従つて増加し、その減少に従つて減少するものであるけれども、それと正比例的に増減するのではなく、單に遞減的割合に於て増減するものである。従つて、事業が繁忙となるも、その程度に應じて増加するものでなく、またそれが閑散となるも、その程度に應じて減少するものではない。更に、極端に、縦ひ事業を一時休止するも、これを廢止しない限りは、全然不要となるものではなくて、尙ほ、幾分を必要とするも

のである。

特別費といふは、各個の生産物について、若しくは各個の取引について、一々に要する所の費用である。例へば、原料費、倉敷料、荷造料、包装料、代金取立料、手形割引料、原料商品などの運送賃、保険料及びそれらの買入のために要する借入資本の利子等である。

特別費は、生産量若しくは取引量の増加と共に大體それと正比例的に増加し、その減少と共に、また大體それと正比例的に減少するものである。従つて、事業を廢止するときは勿論のこと、これを中止する場合には全く要せざる所の費用である。

事業經費は、如何なる種類の産業に於ても、右の固定費、經營費、特別費の三種より成るものである。それは、農業たると、林業たると、工業たると、商業たると、その他の産業たるとを問はない。今、一般に事業經費 (Cost) を C とし、固定費 (fixed cost) を F とし、經營費 (managing cost) を m とし、特別費 (special cost) を s とすれば、 $C = F + m + s$ である。そして、固定費と經營費とは、謂はゆる結合經費 (joint cost) であつて、特別費は個別經費である。生産物商品その他勞務の原費を計算する場合には、特別費が最初に計算せられ——それ故にこれはまた prime cost ともいはれる——次は經營費の割當部分が算入せられ、固定費の負擔部分は最後に計上せられる。

九 事業中止點に於ける收入

今、如何なる事業に於ても、その事業収入が、その経費よりも大であれば利益であり、小であれば損失である。事業収入 (Earnings) を E とすれば、 $E > C$ の場合には利益であり、 $E < C$ の場合には損失である。即ち前の場合には $(E - C)$ だけの利益があり、後の場合には $(C - E)$ だけの損失がある。

競争の結果 $E < C$ となり $(C - E)$ の損失を生ずることとなりたる場合に、何故に直ちにその事業を中止することが出来ないか。企業が損失の下に事業を営むといふ奇怪なる現象が何故に存在するか。それはこの場合、 $(C - E)$ はなるほど損ではあるけれども、假にこの事業を中止しても、その中止の間に於ても或種の経費は、依然、必要であつて、それだけは損であるから、事業を繼續することの損を認めながらも、その損が、この事業中止の間も尙ほ要する所の経費より少ければ、これを中止せずして繼續する方が、損が少く、即ち相對的に得であるからである。

前述の如く、事業を中止しても、 C を構成する所の f はその全額に於て必要なるものであり、 m は、その全額に於ては必要ではないけれども、而もその幾分は必要なるものである。即ち、中止の場合に於ても、 m より小さき m' を必要とする。たゞ、 f はその全額を必要としない。即ち、事業中止の場合に於ても、 $(+m')$ といふ経費を必要とする。若し、この経費を支出しなければ、當該事業に固定的に投じたる資本は、それを體現せる工場、機械、店舗、その他營業上の施設が物理的、構造的の腐朽を來すと共に消滅するか、若しくはそれらが債務履行のために他人の手に

移つて消滅することゝなる。故にこれらに投じたる資本を擁護するためには事業中止の間に於ても $(f+mi)$ の経費は絶對的に必要である。

かゝる次第であるから、競争の結果 $E \wedge C$ となり、 $(C-E)$ の損失を蒙ることゝなつても、 $(C-E)$ 即ち $[(f+mi+s)-E]$ を $(f+mi)$ と比べて $[(f+mi+s)-E] \wedge (f+mi)$ なる限りは、尙ほ事業を繼續する方が損は損であるけれども、寧ろ事業を中止するよりも得である。併し乍ら、 E が次第に小さくなつて、 $[(f+mi+s)-E] \parallel (f+mi)$ となれば、その事業を繼續するも中止するも、共にその損は同じことである。更に、 E が小さくなりて、遂に $[(f+mi+s)-E] \vee (f+mi)$ となるに至れば、最早や、事業は、中止する方が得である。

或企業がその事業を中止すれば、彼は競争の圏外に去つたことになる、従つて、それだけ、競争は緩和せられることゝなる。そして、かゝる運命に陥る企業が生ずること多ければ多きほど、競争緩和の程度は大となる。然らば、如何なるときに於て、企業はその事業を中止するか。實際の場合に於ては、單に經濟上の關係だけでなく、種々なる關係が影響するものであるから、如何なるときに中止するかを一般的には言ひ得ないけれども、たゞ經濟上の關係だけから言へば E が次第に減少して、 $[(f+mi+s)-E] \parallel (f+mi)$ となりたるときに、その事業は中止すべきである。即ち

$$E \parallel (m-m') + s$$

となりたるときは、その事業は中止すべき状態に到着したものと言はなければならぬ。私は、事

業収入即ち E が、右の方程式の示す關係價值に到達したるときに、その事業収入は、正に、事業中止點にあるものと言ふ。

競争は、縦ひ損失を齎らすことゝなつても、それだけでは止むものではなく、競争の結果、その事業収入が、事業の中止點に至るまでは、損失の下に依然として繼續せらるゝものである。元來、利益の追及を目的とする企業が、損失の下に事業を營むことゝなるのはこれがためである。

一〇 事業中止點の公式

事業中止點に於ける収入なるものは、右に述ぶるが如く、 $E = (m - m') + s$ の公式によつて表はすことが出来る。併し乍ら、この E の値は、各企業のもつそれぞれの事情によつて異なるものであつて、どの企業についても、同一なるものではない。

事業収入たる E は、價格と分量との積である。今、價格を p とし、分量を q とすれば、 $E = pq$ である。而も、若し、その價格、及び、その價格に於ける販賣、供給若しくは提供の分量が、各取引毎にそれぞれ異るときは、 $E = p_1 q_1 + p_2 q_2 + p_3 q_3 + \dots + p_n q_n$ である。併し、今は、説明を簡單にするために、單に $E = pq$ として叙述を進める。

事業の中止點を表はす公式を次の如くに定める。

$$E = (m - m') + s \quad E = pq \dots (1) \dots (2) \quad p = \frac{(m - m') + s}{q} \dots (3) \quad q = \frac{(m - m') + s}{p} \dots (4)$$

この公式の(1)に於いて、左項を構成する E 、即ち價格 P ——例へば賣價と、分量 Q ——例へば販賣量とは、當該企業の對外經營の巧拙によつてその値が大に異なるものであり、右項の經營費 m と特別費 s とは主として對内經費の巧拙によつて大に異なるものである。即ち、左項は當該企業がもつ所の販路、顧客、その購買力、その營業上の施設、營業所の所在地、對顧客應接の技巧等によつて、ときとしては甚だしく異なるものであり、左項は、例へば製造工業に於ては、資本の運轉、技術の巧拙、工場設備及び機械の能率、原料の選擇、従業員の統制、訓練、信認等により、その値を甚だしく異にするものである。従つて、 E 即ち事業中止點に於ける事業收入なるものは、全然、各企業によつて、それぞれ大なる差異のあるものである。

今、競争により、價格が益々引下げられ、品質が次第に改善せられるときは、いづれの企業もその事業收入は次第に、事業の中止點に近づくこととなる。この競争が世間の購買力の増昂によりて緩和せらるることなきときは、事業收入は全般的に減少する。かかるとき、各企業がその事業收入の中止點に對する關係は、要するに、或ものは尙ほ収益狀態に居るものがあり、或るものは、収益點を下つて損失狀態に入つて居るものがあり、その損失狀態に入つて居るものの中にも、尙ほその事業收入は中止點以上にあるものあり、或は、既に中止點を下つて居るものもあることとなる。然るときは、各企業が單純に經濟上の見地によつて行動し得るものとせば、その事業收入が既に中止點を下つて居るものは、事業を休止するの外はない。それ故に、それらは、他に特

殊の事情なき限り、事業を休止する。事業を休止すれば、その企業は競争より脱退したることとなり、それだけ競争は緩和せられ供給は減少し、価格の引下げの勢が阻止せらるゝ譯である。

かくて、多くの企業がその事業を休止することゝなれば、競争が緩和せられ、供給が減退すると共に、事業を休止せるものの中には、休止の損失の累積が資本を消盡するものを生じ、遂に事業を廢止して全然、供給圏内より去るものを生ずる。かゝるときに、世間の購買力が、何等かの事情により、稍々増加するに至れば、供給の減少により、価格の回復はそれだけ増進の勢を増す譯であつて、景氣の上昇を促す傾向を見ることとなる。

一一 利益の追及より損失の輕減へ

競争により既に事業が損失状態となりたるときには、企業にとつては、最早や如何にして利益を擧ぐべきかゞ問題ではなく、如何にしてその損失を少からしむべきかゞ、その主要問題となる。即ち、 $[(f+m+s)-L]$ と $(f+m)$ とを日々見つめて、その少き方を擇ぶの外はない。

損失の少き方を擇ぶといふことは、單に算術的意味に於て、損は少き方がよいといふ簡單な理由からではない。經濟上の理由より言へば、損失をなるべく少からしむるといふことは、競争の繼續する限り、その企業が存立し得るか、敗滅し終るかの運命を決するの鍵たるものである。日々の損失が數圓多きか數圓少きかは、數百萬圓の資本を擁する企業でも、それが、全然敗滅するか、存立を繼續するかを分つ所の意義をもつものである。

元來、損失はそれだけ資本の減少である。損失の累積は資本の消盡である。資本を消盡すれば、それと共に企業は消滅する。故に、企業の存続の期間は、資本の存続期間と同じである。資本の存続期間は、日々若しくは月々の損失を以て資本を除したる商に等しい。毎月壹萬圓づゝ損失をするものとすれば、六拾萬圓の資本を擁する事業は、五ヶ年を以て消滅する。若し、その損失が壹千圓を減じて九千圓となるときは、五ヶ年六ヶ月存続することが出来る。

企業は、景氣と不景氣との轉變を切抜けて存立を完うする。景氣と不景氣とは交互に循環して来る。もとよりその期間は、確然と何年毎に循環するものと言ふことは出来ないけれども、ともかくも不景氣の次には好景氣の來ることだけは確である。また、世間一般の景氣はともかく、或る一つの企業について言へば、それが例へば製造工業を営むものとすれば、その生産する商品一個の賣價が、その生産費を償はざれば、損失に於て事業を営むものであるから、言はゞ不景氣である。然るに世間の購買力が回復し、その商品一個の賣價が、その生産費を償ふことゝなれば、その額は如何に僅少であつても、それは利益である。損失が續けば終には企業が敗滅の外なく、縦ひ僅少なりとも利益が續けば、その續く限りは少くともその企業は存立し得るものである。

總ての企業は、世間の購買力が或は増し、或は減する所の景氣變動の大波小波を乗切つて、事業を営むものである。購買力の減退して、未だそれが回復しない期間内に於て、損失の累積が資本を消盡することゝなれば、そのときを以て、その企業は消滅することゝなる。然るに、今や將に、損失の累積がその資本を消盡せんとするに近きときに當つて居つても、世間の購買力が回復

し、その企業に於て生産する所の商品の賣價が、その生産費を補ふこととなれば、その企業は、倒壞の斷崖より危く免るゝばかりではなく、賣價が次第に上昇することとなれば、日々の營業は利益を以て行はるゝこととなり、その利益は、從前の損失の累積を埋め合はすことが出來、その企業は確實に倒壞を免れて存立の基礎を堅むることとなる。

六十萬圓の資本を擁する企業が、月々壹萬圓の損失を續くるものとせば、縱ひ五ヶ年三ヶ月目に景氣の回復のときが來ても、その企業は到底倒壞の運命を免れ得ない。然るに、その損失を九千圓に輕減することを得るならば、五ヶ年三ヶ月目の景氣回復の機會に際會することによつて倒壞の悲運を免れて、存立の基礎を再び作ることが出来る。均しく五ヶ年三ヶ月目に景氣の回復に遭ひながら、壹萬圓の損失のものは、既に倒れて立つ能はず、九千圓の損失のものは事業を挽回し得るのである。即ち、月に一千圓の損失輕減は、啻に一千圓の問題ではなくして、實に、六十萬圓の資本をもつ當該企業の全運命をその上に懸けて居る所である。

一二 競争より獨占へ

如何なる企業も競争を免れることを得ない。併し、競争は必ずその手段として、損失を齎らす所のものをとるの外に有效なるものはない。その損失に對して、資本の耐え得るものは、競争の荒波の中に比較的永く事業を保ち得るけれども、資本のそれに耐えざるものは、早晚、その荒波の渦中に沒落し終る。

企業の没落は、それだけ競争者の減少であり供給の減少である。従つて競争の緩和である。併し乍ら、縦ひ、没落企業が生ずるとも、世間の購買力の減退尙ほ已まざるときは、競争は何等の緩和を見ることを得ず、或は益々深刻に赴く傾向を作る。かくては、各企業は、競争の下に共倒れとなるか、若しくは最大資本を擁するものだけが生残ることとなる。

共倒れの傾向あるときは、競争の不利を互に避けんがために、企業相互の同盟即ちカルテルの組織を生むに至るべく、然るときは、その組織の力によりて、競争を排除して獨占を形成することとなる。最大資本を擁する企業が、獨り生残する場合に於ても競争の廢止が獨占の形成を齎らすこととなるは言ふまでもない。

もとよりカルテルは、單に競争の激化のみによりて生まるゝものでもなく、最大資本を擁するものゝ生残も、多くは、幾許かの條件が備はりたるときにトラスト、フュージョン等の形態をとりて、初めてそれに達するものである。故に、競争が獨占を生むこととなるも、總ての産業について然るものではなく、總ての場合に於て然るものでもない。

併し乍ら、資本の固定の程度高く、その額の大なるものは、企業者の數の少きこと、即ち競争關係に立つ企業の少きことのために、カルテルも、トラストも、フュージョンも構成せらるゝの可能甚だ多く、かゝる種類の産業に於けるかゝる資本狀態の企業にありては、多くは、競争は、それ自らの不利のために、それ自らの作用を排除して、獨占到導く傾向をもつものである。